

De cel Netwerk van Child Focus: vrijwilligers en partners staan altijd paraat!

Child Focus kan 24 uur op 24 rekenen op een netwerk van vrijwilligers en structurele partners die de Stichting bijstaan in de zoektocht naar vermiste kinderen. De cel Netwerk verzekert het beheer, de organisatie en de activering van dit netwerk. Daarnaast heeft ze een ondersteunende rol in het organiseren van evenementen, bij sensibiliseringscampagnes en infostands ter promotie van Child Focus bij het grote publiek.

Wat doet Child Focus bij een onrustwekkende verdwijning?

Een ouder, een kennis, een magistraat, een politiedienst of een instelling belt naar 116 000, de noodlijn van Child Focus (24 uur op 24 en 7 dagen op 7 bereikbaar). Een onthaalverantwoordelijke beantwoordt de oproep en verbindt de beller door met één van de consulenten die gespecialiseerd zijn in verdwijningen.

Het hoofd koel houden

Natuurlijk is elke ouder verontrust wanneer zijn kind verdwijnt. Maar dankzij onze ervaring en een reeks criteria die werden vastgelegd in een Ministeriële Richtlijn over de zoektocht naar vermiste personen, kan Child Focus de situatie objectief inschatten (zie p. 14).

Snel en efficiënt handelen

Child Focus heeft een samenwerkingsprotocol afgesloten met de politie en het gerecht. Een consulent neemt contact op met de politiedienst die zich bezighoudt met verdwijningen en gaat na of de Cel Vermiste Personen van de Federale Politie op de hoogte is. Indien nodig, kan de Cel grote zoekmiddelen inschakelen, zoals helikopters, speurhonden, duikers enz.

Na overleg met de onderzoekers en de magistraat die zich over het dossier ontfermt, wordt met de toestemming van de ouders een affichageprocedure opgestart.

Als het voor de ouders (of de politie) technisch onmogelijk is om via e-mail een foto van het kind door te sturen, komt de 'Childmobile' ter plaatse (een interventievoertuig met een scanner, een computer en een printer). Er kunnen in twee uur tijd duizend affiches gedrukt worden die onze vrijwilligers vervolgens verspreiden en aanplakken.

In de Stichting zelf zijn er nog grotere productiemiddelen voorhanden. Een koe-riërbedrijf brengt de gedrukte affiches naar de vrijwilligers en de gestructureerde partners. Dat zijn bijvoorbeeld openbare vervoersmaatschappijen, supermarkten, apotheken enz. (zie p.31). Verschillende onder hen kunnen een affiche weergeven op digitale schermen. Ook de pers is een belangrijke partner. De woordvoerder van Child Focus houdt de journalisten tijdens de hele verdwijningszaak op de hoogte. Dag en nacht, als dat nodig zou blijken. De website childfocus.be is eveneens een bron van informatie. Hij wordt elk jaar

bezoekt door meer dan 633 000 internetgebruikers. Dankzij onze rss-stream kan iedereen zich abonneren en de opsporingsberichten over vermiste kinderen in real time ontvangen. Child Focus kan tevens gebruik maken van sociale netwerken en het intranet van grote organisaties of bedrijven, federale of regionale overheidsdiensten zoals de FOD Defensie.

Als Child Focus in het belang van het kind discreter te werk moet gaan, dan kunnen er vignetten gebruikt worden in plaats van affiches. Een vignet is een miniaffiche die gemakkelijk in een portefeuille of achter een toonbank past. Vrijwilligers verdelen vignetten onder zorgvuldig geselecteerde doelgroepen (taxibestuurders, stationschefs, handelaars enz.). Een vignet wordt niet uitgehangen en is dus niet voor iedereen zichtbaar. In een poging om getuigenissen te verzamelen, helpen al die partners ons om een kind zo snel mogelijk terug te vinden. Zonder hen, zijn wij niets.



De « Childmobile » is het interventievoertuig van Child Focus voor de productie van affiches op de plaats van de verdwijning.

Patricia Ceulemans, coördinatrice voor het arrondissement Brussel-Halle-Vilvoorde:

"Vrijwilliger zijn, dat is "Help ons helpen", zoals één van de mooie leuzes van Child Focus zegt. Snel kunnen handelen wanneer er een kind verdwijnt; affiches ophangen of vignettes verdelen om het vermiste kind zo snel mogelijk terug te vinden."

Ouders ondersteunen tijdens de pijnlijke beproevingen

Alle getuigenissen die na zo'n affichage- of vignetcampagne binnenkomen via 116 000, worden meteen integraal doorgestuurd naar de politiediensten en de verantwoordelijke magistraat. Vanaf de eerste momenten van de verdwijning staat een consulent van Child Focus de ouders bij door hen te steunen en hen op de hoogte te houden van het verloop van het onderzoek. Zo nodig doet hij een beroep op opvangdiensten of Slachtofferhulp. De consulent staat voortdurend in contact met de onderzoekers en ziet erop toe dat er geen belangrijke informatie aan hun aandacht ontsnapt. Zodra een kind wordt teruggevonden, zorgt de consulent ervoor dat het kind psychologische steun of begeleiding krijgt. Child Focus haalt ook alle affiches weer weg. En al die hulp is volledig gratis.

Een fantastische dag om al onze vrijwilligers te bedanken...

Op 25 april 2009 genoten meer dan duizend vrijwilligers van Child Focus samen met hun kinderen met volle teugen van een leuke dag in Plopsa Coo, het bekende pretpark in het hartje van de Ardennen! Ontelbare lachende gezichten maakten er een geslaagde en welverdiende dag van.



Dirk Depover, directeur communicatie:

"We hebben de mama van S. zelfs aangeraden om zelf geen affiches op te hangen. Ervaring leert ons dat dit niet helpt bij iemand die wegloupt. Ze willen niet gevonden worden en verstoppen zich dan nog meer. Maar dat wil niet zeggen dat Child Focus stilzit. We verspreiden alle gegevens van de vermiste via ons netwerk van vertrouwenspersonen. Dokters en apothekers, maar net zo goed kassiersters en controleurs op de tram." (Gazet van Antwerpen, 28.01.2009)

Maryse Rolland, Communicatieverantwoordelijke : *"Ons land kan rekenen op een ongelofelijke solidariteit van de bevolking die mee verantwoordelijk is voor een heleboel positieve ontknopingen."* (La Dernière Heure, 25.05.2009)

Child Alert België? In 2011!

In heel wat landen van Europa wordt het idee geopperd om voor sommige onrustwekkende verdwijningen van kinderen een bijkomend signalatiesysteem op te zetten. Onder meer Frankrijk en Griekenland haalden de mosterd bij het Amerikaanse Amber Alert om een eigen alarmsysteem op poten te zetten. Onder impuls van Missing Children Europe en de ouders van de in Portugal verdwenen Maddie McCann, besliste het Europees Parlement deze evolutie aan te moedigen. De Commissie nodigt de lidstaten uit om compatibele nationale alarmsystemen uit te bouwen zodat grensoverschrijdende samenwerking mogelijk is. Eind 2009 keurde de Europese Commissie een door Child Focus ingediend project goed. Dit project werd 'Creatie en lancering van Child Alert België' gedoopt en zal gerealiseerd worden tussen februari 2010 en februari 2011. Alle belangrijke spelers van de politie en justitie werken eraan mee: de Luikse procureur-generaal, het Federaal Parket, de Cel Vermiste Personen en de Dienst Opsporingen van de Federale Politie, de Dienst Strafrechtelijk Beleid van de FOD Justitie, het departement Criminologie van de Vrije Universiteit Brussel (VUB) en Missing Children Europe (zie p. 41).

Niet enkel bij bewezen ontvoeringen...

De VUB zal in eerste instantie de bestaande en potentiële instrumenten voor het opsporen van kinderen in België en andere landen, waaronder alle buurlanden, evalueren. De voorbereidende vergaderingen toonden aan dat er in België al een consensus bestaat over de wenselijkheid van Child Alert en ook over de basiskenmerken ervan. Child Alert België zal het vanaf begin 2011 voor de onderzoekers van een bijzonder onrustwekkende verdwijning mogelijk maken om, zeer snel en op grote schaal, via tal van communicatiemiddelen waaronder verkeerssignalisatie, internet en bedrijfsnetwerken, een oproep te doen naar eventuele getuigen. In die zin zal Child Alert België de solidariteit van het publiek bevorderen wanneer het leven van een vermist kind in gevaar is. De meeste Belgische projectpartners zijn tevens betrokken partij in het 'LADS.EU'-project (Lutte Anti-disparitions dans l'Union Européenne), een project van de Britse en de Franse overheid. In dat project ligt de focus op de verfijning en versterking van de procedures voor internationale samenwerking.

In mei 2009 werd Alain Degor, die al drie jaar lang vrijwilliger is van Child Focus, verkozen tot 'ere-inwoner van de stad Ath voor 2009':

"Ik heb een voltijdse job. Het is niet altijd evident om mijn professionele bezigheden te combineren met mijn werk voor Child Focus, zeker voor affichagewerk. Maar als ik mij volledig geef tijdens mijn vrijwilligerswerk, dan is dat in de eerste plaats voor mijn plezier. Mensen helpen, motiveert me. Het voelt erg nuttig aan." (Le Courrier, 27.05.2009)



Structurele partners: gevarieerde en complementaire competenties

Een aantal ondernemingen dragen bij tot de productie of verdeling van affiches en vignetten, via hun verdelersnetwerk en logistieke steun (zie onderstaande tabel). Omdat deze verspreiding vaak op grote schaal gebeurt, wordt de taak van de vrijwilligers zo vergemakkelijkt en verlicht. De structurele partners leveren eveneens een waardevolle bijdrage tijdens sensibiliserings- of geldinzamelingsacties van Child Focus.

Naast de hulp van structurele partners, kan de Stichting ook rekenen op

de gerichte medewerking van andere partners: Tondeur Diffusion, Vedior Interim, de apothekers via hun groot-handelaars Alpha Répartition in Wallonië en Laboratoria Flandria en Febelco in Vlaanderen en tot slot Atrium, een organisatie van preventie- en veiligheidsagenten (gemeenschapswachten) die actief zijn in twee handelscentra in Brussel. In sommige gemeenten doet Child Focus ook een beroep op stewards, stadswachten, parkwachters of preventie- en veiligheidsagenten.



De structurele partners van Child Focus

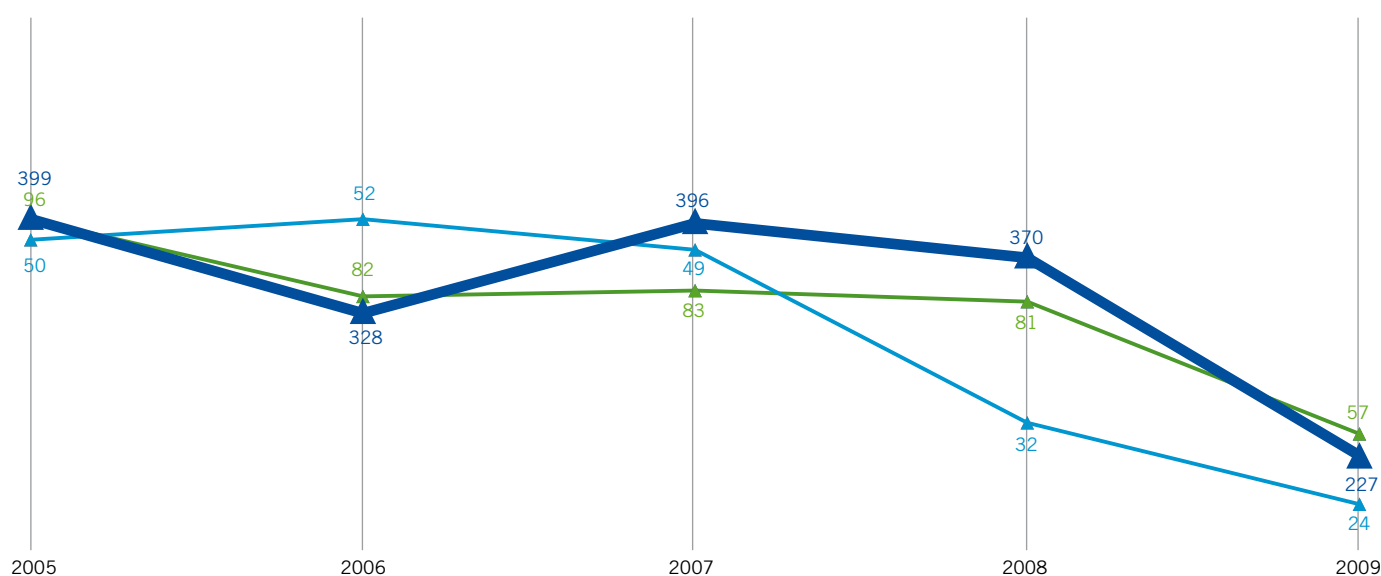
Naam	Activiteit	Inzet voor Child Focus
NMBS	Nationale spoorwegmaatschappij	Plaatst met eigen logistieke affiches van groot formaat in de belangrijkste stations van het land (72); voert klassieke campagnes met A4-affiches in de andere stations; deelt vignetten uit aan treinbegeleiders en perronopzichters.
MIVB, TEC en De Lijn	Regionale maatschappijen voor openbaar vervoer	Hangen affiches op in de voertuigen of in hun verkooppunten; MIVB deelt ook vignetten uit aan het controlepersoneel.
Delhaize, Colruyt en Spar	Supermarkten (630)	Hangen affiches op in de winkels.
Total	Benzinestations (475)	Krijgt affiches in digitaal formaat, drukt ze af en hangt ze op in de tankstations.
Proximus	Mobiele telefoonoperator	Informeert klanten via WAP.
Nationale Loterij	Geldinzameling en herverdeling dienste van het algemeen belang	Zenden signalementen uit van uiterst onrustwekkende verdwijningen via de schermen in de 6600 verkooppunten.



Acties van het netwerk in 2009

Verdeeld door	Affiches	Vignetten
Child Focus	27.650	39.705
Structurele partners	17.475	3.440
Politiediensten	1.640	6.100
Totaal	46.765	49.245

VERGELIJKING VAN HET AANTAL ONRUSTWEKKENDE VERDWIJNINGEN EN HET AANTAL AFFICHAGE- EN VIGNETTAGECAMPAGNES (2005-2009)



■ N: aantal onrustwekkende verdwijningen ■ N: aantal openbare affichagecampagnes ■ N: aantal niet openbare vignettagecampagnes

Constate daling van affichagecampagnes

Het aantal opsporingscampagnes waarbij Child Focus gebruik maakt van affiches of discrete vignetten daalt aanzienlijk sinds 2007.

De belangrijkste reden is wellicht de daling van het aantal bijzonder onrustwekkende verdwijningen, een feit dat ons enkel kan verheugen. Voor alle dossiers samen (weglopers, ongedefinieerde verdwijningen en ontvoeringen door derden) noteerde Child Focus 399 bijzonder onrustwekkende verdwijningen (op 1 369 dossiers) in 2005, 328 (op 1 153 dossiers) in 2006, 396 (op 1 309 dossiers) in 2007, 370 (op 1 112 dossiers) in 2008 en 227 (op 1 123 dossiers) in 2009.

Een tweede reden voor de daling is onze bewuste keuze om publieke campagnes enkel in te zetten wanneer het echt niet anders kan. De bescherming van de privacy, de betrachting om kwalijke persaadacht voor het kind of de naaste betrokkenen te vermijden en een meer verfijnde operationele afweging van het nut van een campagne, spelen een grotere rol dan vroeger in de beslissing om al dan niet een affichagecampagne te lanceren.

Een derde oorzaak van de vermindering van het aantal affichage- of vignettagecampagnes is dat er nu andere, meer doelgroepgerichte middelen worden gebruikt dan vroeger, zoals opsporingsberichten op lokale televisiezenders of oproepen naar getuigen via internet.